

**หัวข้อการค้นคว้าแบบอิสระ** การบริการและการออกแบบของร้านกาแฟในอำเภอเมือง  
เชียงใหม่ที่มีผลต่อการใช้บริการของผู้บริโภคเจนเนอเรชั่น  
วาย

**ผู้เขียน** นางสาวโสภิตา วงศ์ประสิทธิ์

**ปริญญา** บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

**อาจารย์ที่ปรึกษา** รองศาสตราจารย์ ดร.นิตยา เจริญประเสริฐ

### **บทคัดย่อ**

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการบริการและการออกแบบของร้านกาแฟในอำเภอเมืองเชียงใหม่ที่มีผลต่อการใช้บริการของผู้บริโภคเจนเนอเรชั่นวาย โดยเก็บข้อมูลด้วยการใช้แบบสอบถามกับผู้บริโภคเจนเนอเรชั่นวาย (ผู้ที่เกิดระหว่างปี พ.ศ.2523 – 2543) ที่เคยใช้บริการร้านกาแฟในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 500 คน ซึ่งแบบสอบถามได้พัฒนามาจากการรวบรวมข้อมูลที่ได้จากทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องนำมาประยุกต์เป็นคำถามเกี่ยวกับการบริการและการออกแบบร้านกาแฟ และวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้ด้วยค่าสถิติ ได้แก่ ค่าความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย

ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นเพศหญิง ร้อยละ 51.0 เพศชาย ร้อยละ 39.0 และเพศทางเลือก ร้อยละ 10.0 โดยส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 21 – 25 ปี ร้อยละ 38.4 และอายุระหว่าง 26 – 30 ปี ร้อยละ 34.6 ส่วนใหญ่มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัท ร้อยละ 46.6 มีรายได้น้อยกว่า 20,000 บาทต่อเดือน ร้อยละ 65.8 มีความถี่ในการเข้าใช้บริการ 1 วันต่อสัปดาห์ โดยวัตถุประสงค์ของการใช้บริการร้านกาแฟคือ เพื่อบริโภคกาแฟ เบเกอรี่และเครื่องดื่มอื่นๆ มากที่สุด ร้อยละ 75.8 และมีเหตุผลของการเลือกใช้บริการร้านกาแฟคือ กาแฟมีรสชาติดี โดยมีลักษณะการให้บริการทั้งสองลักษณะคือซื้อโดยนั่งดื่มที่ร้านหรือซื้อแล้วนำไปดื่มที่อื่นมากที่สุด

ผลการศึกษาระดับความคิดเห็นต่อความชอบในการออกแบบร้านกาแฟ ด้านการตกแต่งโดยภาพรวม พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เห็นด้วยกับความชอบการตกแต่งสไตล์สมัยใหม่มากที่สุด รองลงมาได้แก่ การตกแต่งสไตล์ธรรมชาติ การตกแต่งสไตล์ชนบทอังกฤษ การตกแต่ง

สไตล์เรโทรและการตกแต่งสไตล์วินเทจตามลำดับ ด้านโครงสร้างและเฟอร์นิเจอร์ ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยกับความชอบร้านกาแฟที่มีเก้าอี้หรือโต๊ะของร้านที่มีเบาะนุ่ม นั่งสบายมากที่สุด และด้านการจัดสีและแสง ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยกับความชอบร้านกาแฟที่ใช้สีอ่อน ดูเบาๆ สบายๆ มากที่สุด

ผลการศึกษาระดับความสำคัญขององค์ประกอบการบริการด้านผู้ให้บริการ ด้านผลิตภัณฑ์บริการและด้านลักษณะทางกายภาพและสิ่งแวดล้อมของการบริการ พบว่ามีความสำคัญอยู่ในระดับสำคัญมากทุกองค์ประกอบ โดยองค์ประกอบย่อยการบริการด้านผู้ให้บริการที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเป็นอันดับแรกคือ การมีมารยาทและมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีของพนักงานและความเสมอภาคในการให้บริการของพนักงาน องค์ประกอบย่อยการบริการด้านผลิตภัณฑ์บริการที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเป็นอันดับแรกคือ ความสม่ำเสมอของรสชาติกาแฟและเครื่องดื่ม และองค์ประกอบย่อยการบริการด้านลักษณะทางกายภาพและสิ่งแวดล้อมของการบริการที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเป็นอันดับแรกคือ ความสะอาดของห้องน้ำ

The logo of Chiang Mai University is a circular emblem. In the center is a white elephant standing and facing left. Above the elephant's head is a traditional Thai decorative element. The elephant is surrounded by a circular border containing the text 'CHIANG MAI UNIVERSITY 1964'. There are also floral motifs on either side of the elephant.

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

<b>Independent Study Title</b>	Services and Design of Coffee Shops in Mueang Chiang Mai District Affecting to Generation Y Customers
<b>Author</b>	Miss Sopida Wongprasit
<b>Degree</b>	Master of Business Administration
<b>Advisor</b>	Assoc.Prof.Dr.Nittaya Jariangprasert

### **ABSTRACT**

The purpose of this study was to investigate the service and design of the coffee shop in Mueang Chiang Mai district, which affected generation Y customers. Data collection were conducted via questionnaires distributed to 500 customer who was born between 1981 – 2000 A.D. and used to use the service at the coffee shop in Mueang Chiang Mai district. The questionnaire was developed by gathering data from the theory and previous research. Data obtained were analyzed by the statistics i.e. frequency, percentage and means.

The findings presented that respondents were female (51%), male (39%) and transgender (10%), in the age of 21-25 years old (38.4%) and 26 – 30 years old (34.6%). The most respondents were employee (46.6%) and their monthly income was less than 20,000 Baht (68.5%). Main objective of receiving services from coffee shop was to drink coffee, eat bakery and other (75.8%) and mostly chose a coffee shop because the coffee has a good taste. Most of them receiving services by take a drink at the café or take to another place.

According to the study on the design of coffee shops for overall decoration style found that the most of them agree with Modern style, followed by Natural style, English country style, Retro style and Vintage style respectively. For structural and furniture factor, mostly agree with the coffee shop that have a comfortable seat and for the color and lighting factor, most of them agree with the light color.

Result of the study on the importance of service components that following approaches; personalized service, mechanized service and product content in service, were rated at high level. Sub-element of personalized service that is the first priority is good manners and interpersonal relations of staff and the equality of service. Sub-element of product content that is the first priority is consistent taste of coffee and other beverage. Sub-element of mechanized service that is the first priority is cleanliness of the toilet.



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved